

il Giornale dei Brokers

fax fogli periodici di riflessione ed informazione - Diagramma, Intelligenza Artificiale Applicata

SETTEMBRE 1990:

Redazionale:
DIDATTICA AL COMPUTER

Gestione Aziendale:
ALLENARSI A DECIDERE MEGLIO

DIDATTICA AL COMPUTER

Sara' sicuramente capitato a tutti di parlare con un tecnico su un argomento di sua competenza. Persona magari simpatica e accettabile. Ma di aver avuto la sgradevole sensazione che sarebbe stato impossibile affrontare altri argomenti per l'incapacita' dell'interlocutore di parlare d'altro, se non del solo soggetto tecnico conosciuto.

Mancanza di cultura generale.

Altre volte sara' capitato di osservare un collaboratore alle prese con un problema tecnico apparentemente insormontabile. Persona magari volenterosa e mediamente preparata. Ma anche in questo caso il senso di impotenza e il disagio per lo spreco di tempo forse e' stato uguale alla sensazione sgradevole sopra detta.

Mancanza di aggiornamento e di acculturamento tecnico del personale.

Questi sono i presupposti su cui poggia il grande sforzo culturale, ed economico, che stanno affrontando gli stati moderni e quindi le aziende piu' avvedute: la necessita', e non piu' l'eventualita', della formazione permanente come strumento normale per poter affrontare, in condizioni di concorrenzialita', un mercato sempre in evoluzione.

I corsi stanno esplodendo sia come varietas' che profondita'. Essi hanno iniziato nelle grandi citta', ma ora si diffondono sempre piu' verso la periferia del paese. La partecipazione e' sempre maggiore. I finanziamenti partono da organismi internazionali che testimoniano con cio' l'importanza strategica dello sforzo.

Acculturarsi e' quindi necessario. Questo e' l'epoca del "salto di qualita'" e della "cultura tecnica" per grandi masse.

Quanto detto non e' un discorso ozioso o poco pratico. Riteniamo che tutto debba essere valutato dalle aziende di brokeraggio come una problematica da evidenziare e le cui soluzioni non possono essere accantonate a cuor leggero. Il tempo infatti puo' essere anch'esso un fattore importante.

Diagramma da tempo e' attenta al problema: un po' perche' l'aggiornamento continuo fa parte dei ferri del mestiere, un po' per la sua filosofia aziendale.

Ma soprattutto perche' nei suoi laboratori di ricerca sta lavorando su prodotti che consentano di alleggerire ed ottimizzare lo sforzo di chi impara e tramandare nel tempo la cultura aziendale appresa (ad esempio in caso di turn-over del personale).

Gli studi avanzati sui meccanismi del cervello, sulla logica, sulla psicologia generale e aziendale, sulla intelligenza artificiale cominciano ora a porgere frutti interessanti e pratici.

La didattica al computer, settore particolare della "formazione del personale", ora sta affacciandosi prepotentemente quale soluzione alle necessita' di ogni azienda e di ogni dipendente.

il Giornale dei Brokers

pagina II di IV

Il mercato sempre piu' la richiede e sempre piu' pretende che essa sia adatta alle esigenze specifiche di settori e di mansioni.

Programmi specifici di carattere tecnico come formazione di base all' uso di macchine o di programmi o come perfezionamento per non rendere obsoleta la capacita' dei singoli e quindi delle aziende.

Programmi di carattere generale: cultura aziendale, perche' chi lavora comprenda come e perche' l' azienda vive, come si struttura, quali logiche interne ed esterne si muovono; come porsi verso le stesse.

Ma anche cultura generale: perche' ormai le informazioni si accavallano in modo impressionante attorno a noi e, non potendo essere ignorate, modificano il modo di conoscere la realta' che ci circonda, il modo di interpretarla, il modo di utilizzarla. In pratica la realta' modificandosi evolve: e' necessario evolvere con essa. Lo impone la dura legge della sopravvivenza.

L' informazione e' ricchezza, l'informazione e' potere. Ormai non sono piu' frasi ad effetto: esse sono accettate comunemente come verita' e come caratteristica nuova della nostra epoca. Sull' informazione si gioca la grande partita dell'economia: dall' individuale alla nazionale ed all' internazionale. Quindi anche di quella aziendale.

Ma ora inizia ad affacciarsi il concetto, conseguente a quello di "qualita'", che la cultura e' "ricchezza".

Il livello qualitativo del personale delle aziende d' avanguardia e' sempre piu' alto ed oggetto delle piu' attente valutazioni. E' oggi spesso il vero capitale dell' azienda. Quello con cui esse giocano la partita.

I corsi di perfezionamento sono sempre piu' graditi dai dipendenti e spesso pretesi come "benefits". Ed i corsi sono gestiti oculatamente dalle direzioni aziendali come strumenti di politica del personale a livello strategico.

La necessita' di formatori qualificati si evidenzia sempre piu' a fronte di una difficolta' sempre maggiore di supplire alla esplosione di richieste. La necessita' del loro aggiornamento in contemporanea con una sempre strisciante obsolescenza tecnica e' comunque generale.

Ma, in particolare, ogni settore vuole si tenga conto delle sue caratteristiche, delle sue esigenze tecniche e delle sue specificita'. Il generico comincia ad essere rifiutato come residuo di un periodo in cui doveva essere accettato solo come necessita'. Il brutto e' sgradito. Le innovazioni devono essere presenti.

Lo specialistico si impone come richiesta e quindi come prodotto vincente.

Questo quadro di carattere generale e' stato presentato perche' e' il contorno non evitabile del mondo dei brokers. Ogni frase finora letta dovrebbe essere rivista come specifica per la propria azienda.

I prodotti che il laboratorio di ricerca di Digramma sta preparando si inseriscono in questa visione e tentano di soddisfare queste esigenze.

Saranno prodotti studiati e predisposti naturalmente anche per le esigenze delle aziende di brokeraggio assicurativo. Esse sono ben conosciute da chi, per merito di <IASSICUR>, assiste da anni il settore ricevendone quotidianamente domande, speranze e richieste.

il Giornale dei Brokers

pagina III di IV

ALLENARSI A DECIDERE MEGLIO

A proposito di esigenze, vorremmo ora parlare non delle aziende ma dei brokers. Tutto cio' che abbiamo detto nel precedente articolo vale anche per i titolari delle aziende. Non solo come imprenditori ma come esseri umani.

Il loro lavoro comporta, quale componente fondamentale, una conoscenza ed un utilizzo certamente non marginale della psicologia. Non solo nei rapporti con il personale ma anche, e soprattutto, con i clienti. Una attenta padronanza delle loro proprie facolta' mentali e' fattore prioritario per la conduzione dell' azienda.

Il flusso mentale, lo sappiamo, spesso muta da solo: da pensieri finalizzati (l' esame del budget) ad una successione di fantasie. E non si fa mai il conto di quanto tempo mentale viene perso in fantasie assolutamente inutili.

E poiche' le fantasie possono nel tempo prendere la mano, e' importante esercitarsi a riprendere il controllo della propria mente.

Vediamo un piccolo esercizio pratico. Si pensi ad un argomento "professionalmente importante" (per esempio una trattativa con un nuovo cliente). Dopo poco tempo si interrompa la concentrazione e si prenda coscienza di cosa si sta pensando concentrandosi su un argomento, specifico e diverso, magari piacevole (a voi la scelta ...). L'obiettivo e' essere padroni della propria mente e delle sue modifiche.

Quindi si mantenga volutamente la coscienza sul nuovo argomento (quello piacevole) per circa un minuto, facendo molta attenzione a non distrarsi. L'obiettivo e' apprendere a restare focalizzati, per il tempo

volutato, su un tema; cioe' la padronanza del tempo mentale.

Infine si riprenda il flusso logico interrotto (trattativa con nuovo cliente). Dopo aver ripetuto un po' di volte l' esercizio ci si trovera' pronti a spostare mentalmente l' attenzione senza perdere il filo dei due ragionamenti differenti. L' esercizio e' apparentemente molto semplice ma nel tempo dimostra la sua utilita'.

Dopo essersi "accorti" del flusso del pensiero, aver imparato a gestirlo temporalmente ed essersi allenati a spostare l' attenzione su due argomenti diversi sara' possibile passare eventualmente al secondo stadio dell' esercizio.

Il secondo stadio consiste nella sfida con se' stessi nell' aumentare in modo progressivo il numero di argomenti aperti nello stesso istante e di "rallentare" ma senza fermare del tutto l' argomento, o gli argomenti, momentaneamente abbandonati.

Iniziamo dall' aumentare il numero di argomenti. Innanzitutto il consiglio e' utilizzare argomenti di cui si ha una buona padronanza mentale (il testo di una polizza, la cena della sera prima, una recente trattativa con un cliente o con un fornitore, etc...) e di cui si ha un ricordo gradevole (un colloquio, un buon acquisto, una vendita gratificante, etc...).

Quindi iniziate a pensare ad un argomento e, dopo un intervallo di tempo abbastanza costante, passate al secondo, passate al terzo e ritornate al primo. E cosi' via fino al limite mentale insito in ciascuno di noi.

Dopo qualche settimana si puo' iniziare a far scorrere contemporaneamente piu' flussi di pensiero diversi, cioe' a pensare in modo attivo e consapevole a piu' cose nello stesso istante.

il Giornale dei Brokers

pagina IV di IV

All' inizio questo risultera' particolarmente difficile ma generalmente e' solo questione di allenamento.

Da analisi effettuate anche dai nostri ricercatori e' risultato che le persone di grande successo hanno una spiccata capacita' nel gestire piu' argomenti contemporaneamente. O, detto in altri termini, di esaminare nello stesso istante uno specifico argomento da diversi punti di vista.

In fondo che cosa e' l' "istinto" se non la capacita' prendere le decisioni piu' efficienti in modo rapido e spesso apparentemente "illogico". Molto semplicemente una persona che e' capace di esaminare un argomento da cinque diverse angolazioni avra' mediamente piu' successo di un' altra in grado di esaminare lo stesso argomento da un solo punto di vista.

Non e' facile misurare in modo preciso il numero di livelli contemporanei con cui una persona ragiona. Indicativamente pero' possiamo dire che una persona "normale", cioe' non particolarmente abituata al lavoro intellettuale o decisionale, difficilmente supera i due livelli.

All' estremo opposto alcune persone "di successo" riescono a superare anche i dieci livelli di ragionamento contemporaneo. Certo questo e' il risultato di una naturale predisposizione "genetica" e di un allenamento quotidiano.

Pero' e' anche vero che il raggiungimento di quattro-cinque livelli e' potenzialmente alla portata di molte persone specialmente se gia' abituate ad un lavoro mentale e decisionale.

Naturalmente esistono almeno altri due fattori determinanti per raggiungere il successo mediante una serie di decisioni corrette: la preparazione tecnica e la spinta

"motivazionale". La preparazione tecnica e' quella di cui si parla piu' frequentemente. Ma se fosse solo questa allora il mondo sarebbe comandato dai tecnici. Ed e' palesemente falso.

La spinta motivazionale e' importantissima ma e' difficilmente modificabile: o ce l' hai o non ce l' hai. Mentre il controllo dei propri pensieri e' in buona parte solo questione di allenamento.

La padronanza della mente comporta visioni allargate e capacita' di sintesi: esse sono necessita' quotidiane, che tutti cercano di soddisfare al meglio.

La conoscenza ed il miglior utilizzo delle possibilita' dell' uomo, del lavoratore e soprattutto dell' imprenditore, e' uno degli obiettivi della didattica avanzata, attraverso il computer, che Diagramma sta perfezionando.

Compito non facile, ma stimolante per le non trascurabili utilita' che esso puo' mettere a disposizione. Le difficolta' sono molte e spesso sembrano insormontabili. Ma Diagramma sta preparando ad esse la soluzione. Entro breve tempo questo argomento verra' ripreso in modo piu' pratico e dettagliato. E, speriamo, ancora piu' interessante.



INTELLIGENZA ARTIFICIALE APPLICATA

DIAGRAMMA

numero fax 039-639219

il Giornale dei Brokers

fax fogli periodici di riflessione ed informazione - Diagramma, Intelligenza Artificiale Applicata

OTTOBRE 1990:

Redazionale:

LA POLIZZA IN FRANCHISING ?

Novita':

LO SMAU 1990, VINCITORI E VINTI.

LA POLIZZA IN FRANCHISING ?

Il **Giornale dei Brokers** nasce con lo scopo ben preciso di rappresentare un momento di confronto e di riflessione all'interno del mercato della intermediazione assicurativa in Italia.

Coerentemente con questo obiettivo questo numero segna l'inizio di una nostra nuova iniziativa. Quando possibile ospiteremo l'opinione di un "protagonista significativo" del mercato del brokeraggio. Il fine, come sempre, e' quello di essere utili a tutti non solo con notizie tecniche di varia natura ma anche presentando l'opinione qualificata di chi quotidianamente lavora nel mercato.

Ci piace iniziare da un broker che da alcuni anni (con grande dispendio di tempo e risorse) sta cercando di costituire un "polo assicurativo" indipendente dai grandi gruppi. Siccome l'idea e' indubbiamente affascinante (ed economicamente razionale) abbiamo chiesto direttamente all'Ing. Attilio Maione (ISCOA, Torino) di tracciare un profilo del mercato attuale, un suo prevedibile sviluppo ed i motivi che lo hanno spinto a cercare di costituire una alternativa "consortile" allo strapotere dei grandi gruppi.

Giornale dei Brokers: Dal suo duplice punto di vista, professionale ed istituzionale, come vede l'evoluzione del brokeraggio assicurativo ?

Attilio Maione: Il brokeraggio ha avuto negli ultimi anni una notevole importanza nel favorire il cambiamento delle regole di mercato ormai obsolete. Per esempio lo spostamento del "baricentro" dalle Compagnie ai Clienti.

GdB: Lei dice "ha avuto". Questo significa che non lo ha piu' ?

A.M.: In effetti il settore sembra avere esaurito la sua spinta innovativa venendosi a trovare oggi in una situazione di stallo. O meglio, la "turbolenza" del mercato e' rimasta ma la spinta all'innovazione non passa piu' solo attraverso i brokers.

GdB: Lei sta parlando dei "canali alternativi" ?

A.M.: Non solo di quelli. Io credo che tutti i fenomeni che oggi animano il mercato siano riconducibili ad una unica macrotendenza: il cambiamento del sistema distributivo del prodotto-polizza in Italia.

GdB: Vuol dire che oggi voi brokers siete restii al cambiamento ?

A.M.: Purtroppo credo che sia proprio cosi'. Il cambiamento e' per definizione destabilizzante di vecchi equilibri e quindi spaventa in molti: non c' e' motivo che i brokers ne siano esenti.

GdB: Quindi cosa intende per situazione di stallo ?

A.M.: Noi brokers nasciamo come consulenti, questo vuol dire in termini di mercato che siamo degli artigiani. Confezioniamo un prodotto su misura per i nostri clienti. Il mercato richiede invece delle grosse strutture distributive. Questa forse e' la grande contraddizione che la categoria nel suo

il Giornale dei Brokers

pagina II di IV

insieme non ha ancora risolto: l'artigiano e' incompatibile con la grande distribuzione.

GdB: Questo e' un quadro abbastanza pessimistico del mercato.

A.M.: No se parliamo di mercato in generale. Ma diverso e' il caso dei singoli. Tutte le trasformazioni si lasciano dietro una scia di "cadaveri". Nel nostro caso i brokers che non sapranno adeguarsi alle nuove regole del mercato sono destinati a scomparire. Sul mercato resteranno pochi grandi gruppi che monopolizzeranno l' 80% del mercato lasciando il rimanente 20% ad alcuni artigiani specializzati e ad alcuni operatori "protetti" in piccole nicchie di mercato.

GdB: Quindi progressiva concentrazione e grande debolezza dei medio-piccoli operatori ?

A.M.: Questo e' esattamente cio' che penso ma con una riserva. Innanzitutto non e' detto che i grandi gruppi saranno gli stessi prima e dopo questa fase di trasformazione. In secondo luogo il destino dei piccoli e medi brokers non e' necessariamente quello di essere assorbiti o di scomparire. Dipendera' molto dalla loro capacita' di adattamento al mercato. Adattamento che e' possibile nel nostro settore cosi' come lo e' stato in altri settori attraverso strumenti innovativi.

GdB: Per esempio il franchising ?

A.M.: Certamente. Non credo che esista motivo alcuno perche' strumenti che hanno dato ampia prova di funzionalita' in altri settori non ne debbano dare anche nel nostro.

GdB: Forse la distribuzione di un bene materiale e' diversa da quella di un servizio ?

A.M.: Non credo perche' in fondo l' operazione consiste nello scorporare alcune funzioni aziendali (pubblicita', marketing, logistica, informatica, etc...) da un certo numero di aziende simili (ed opportunamente

distribuite sul territorio) concentrandole in una societa' di servizi.

GdB: Con quali vantaggi ?

A.M.: Innanzitutto economie di scala. E' inutile avere dieci, venti, cento uffici acquisti. Ne basta uno molto efficiente il cui costo viene abbattuto dieci, venti, cento volte. E cosi' di seguito. Consideriamo inoltre il vantaggio derivante da un potere contrattuale di molto superiore a quello di una singola azienda (sia in termini di acquisto da compagnie che di vendita a grandi clienti)

GdB: Eccoci arrivati al punto fondamentale. Quali sono state le principali difficolta' da lei incontrate nel suo recente tentativo di costituire un "polo assicurativo indipendente" ?

A.M.: Potra' sembrare paradossale ma l' ostacolo piu' duro da superare e' di natura psicologica. Parlavamo prima di paura del cambiamento, ebbene un sistema del genere comporta all' interno di una azienda una specie di rivoluzione copernicana che e' certamente fonte di diffidenza. Prendiamo ad esempio un evento che tutti conosciamo molto bene: l' introduzione in azienda di un nuovo sistema informativo. L' utilizzatore prima immagina il computer come un semplice acceleratore di pratiche e procedure pero' poi si accorge che, se usato bene, e' rilevante anche l' impatto sulla organizzazione aziendale nel suo complesso.

GdB: Al di la' delle difficolta' incontrate quale pensa sia il futuro di questa e di simili forme di associazionismo ?

A.M.: Non ho alcun dubbio che il futuro vedra' significative aggregazioni tra brokers. E solo questione di tempo. Piu' il mercato diventera' difficile e piu' l' esigenza diventera' indilazionabile. L' istinto di sopravvivenza fara' il resto.

il Giornale dei Brokers

pagina III di IV

LO SMAU 1990, VINCITORI E VINTI.

Come ormai tradizione consolidata da molti anni, siamo ben alla 27a edizione, si e' svolto a Milano lo SMAU, punto di riferimento europeo per tutte le aziende che vogliono vedere che cosa sta accadendo nel mondo informatico, sia a livello hardware che software.

La prima cosa che colpiva il visitatore, era la presenza sulla maggior parte dei monitors di un programma che nel numero di giugno avevamo "profetizzato" dovesse divenire il nuovo ambiente operativo standard.

Il lettore piu' attento, o colui che e' andato a visitare lo SMAU, avra' gia' capito che stiamo parlando di **Windows 3.0**.

Uno dei motivi dello straordinario successo di questo ambiente risiede nel fatto che gli applicativi che lavorano in un ambiente omogeneo possono dialogare fra loro.

Per capire cosa vuol dire far dialogare fra loro diverse applicazioni, nate in "mondi" diversi e con obbiettivi finali molto diversi, usiamo un piccolo esempio.

Pensate ad un programma di gestione che molti di voi conoscono ed utilizzano giornalmente, **<IASSICUR>**.

<IASSICUR>, per esempio fornisce i dati in forma numerica dei premi e delle provvigioni di una data compagnia in un determinato periodo, che lavorando nell'ambiente Windows e' in grado di "passarli" ad un foglio elettronico (**EXCEL**).

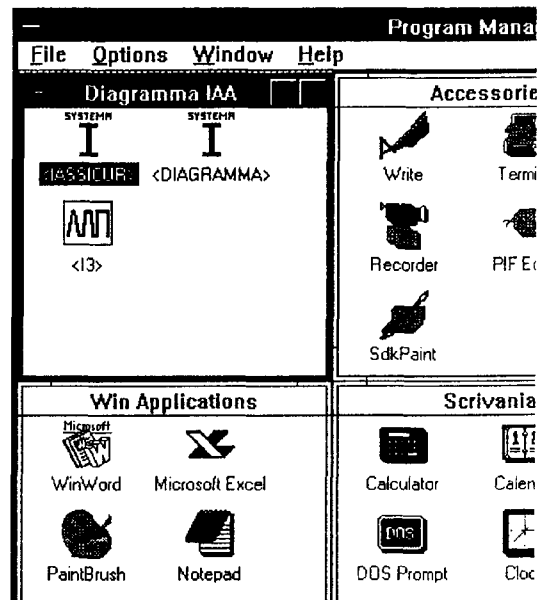
Il foglio elettronico puo' quindi trasformarli in grafico, torte diagrammi, istogrammi, ecc. e a sua volta passa il risultato

dell'elaborazione di questi dati ad una videoscrittura (**WINWORD**).

La videoscrittura, a sua volta, puo' inserirli nel contesto di una relazione alla compagnia.

Il successo di Windows ci ha resi contenti per vari motivi.

Innanzitutto vedere che il mercato ha scelto la strada da noi stessi imboccata alcuni mesi fa ci conferma di aver avuto una visione precisa del "futuro informatico". Inoltre siamo contenti per Microsoft con la quale da vario tempo collaboriamo.



Windows, WinWord, Excel e <IASSICUR>

Per quello che riguarda le reti di personal computer non si puo' ancora parlare di un vincitore e di un perdente.

Infatti esistono due vincitori potenziali, come avevamo gia' accennato nel numero di

il Giornale dei Brokers

pagina IV di IV

giugno. Vi e' una acerrima lotta per la vittoria in questo settore.

Il primo vincitore e' la rete **NOVELL NETWARE**. Questa rete ha permesso per prima lo scambio di dati fra personal computer ad una velocita' molto vicina a quella dei sistemi piu' costosi, Mini e Mainframe.

Oggi questa rete e' la piu' diffusa e quindi rappresenta lo standard del mercato.

Il suo contendente al titolo di "RE DELLE RETI" e' la stessa rete che gia' alcuni mesi fa avevamo presentato, **LAN MANAGER 2.0**.

Punto di forza di questa rete e' il fatto che e' nata proprio dalla stessa software house di Windows e quindi e' il suo naturale complemento.

La vittoria di Windows trascinerà alla vittoria anche Lan Manager ?

Per quello che riguarda l' hardware abbiamo visto la conferma della vittoria dei personal computer basati su microprocessori 80386 e 80486 rispetto ai "grandi calcolatori".

I processori sono il cuore dei computers, e quindi usare un "cuore" molto veloce ed affidabile esalta le qualita' del software, soprattutto se basato su una interfaccia grafica.

Oltre alle doti di velocita' anche l' abbassarsi dei prezzi ha influito sulla grande diffusione di questi "superpersonal".

Un po' perdenti in questa edizione dello SMAU sono "i computer della mela", come li definisce uno spot televisivo di questi giorni.

I computer Apple avevano il loro punto di forza proprio nel fatto che chiunque poteva

imparare facilmente ad usarli data la semplicita' della loro interfaccia verso l' utente.

Lo stesso tipo di interfaccia e' stato ripreso e migliorato da Windows, sfruttando pero' la maggiore diffusione dell' ambiente MS-DOS.

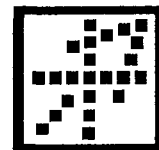
Di questi giorni e' l' annuncio Apple di una rivoluzionaria riduzione dei prezzi dei propri prodotti. Vedremo come rispondera' il mercato.

Qualche problema deve anche averlo IBM nel suo tentativo di imporre l' architettura microchannel nel mondo dei personal.

Il mercato ha bisogno di standard stabili nel tempo: accetta innovazioni radicali solo se il miglioramento tecnologico e' sensibile.

A livello di curiosita' abbiamo visto il computer piu' piccolo del mondo. E' in grado di collegarsi anche alle reti ed e' grosso, forse e' meglio dire piccolo, come un taccuino da tenere in tasca.

Chissa' forse un domani il broker andra' a trovare il cliente con in tasca un micro terminale ?



INTELLIGENZA ARTIFICIALE APPLICATA

DIAGRAMMA

numero fax 039-639219

il Giornale dei Brokers

pagina II di IV

<I3Net> stampa una ricevuta "intelligente" dell' avvenuto invio del fax o della eventuale impossibilita' di trasmissione. La ricevuta infatti contiene oltre ai dati della trasmissione anche una copia ridotta del fax inviato.

Lo stesso Giornale dei Brokers che ricevete puntualmente ogni mese sul vostro fax ha seguito passo a passo lo sviluppo di questo software ed e' servito come "banco di prova" per saggiare l' affidabilita' di questa nuova concezione di fare fax.

Nella nostra azienda mentre viene inviato il Giornale dei Brokers a piu' di 700 nominativi ogni mese, continuano nello stesso tempo i normali invii di relazioni, offerte, ordini, assistenza scritta, etc...

Il tutto con una evidente ottimizzazione dei tempi e delle risorse umane.

<I3Net>, oltre a gestire gli invii di telefax, consente a tutti gli utenti di poter condividere senza problemi l' utilizzo della stampante laser di rete.

Poter usufruire da qualsiasi punto di lavoro di una stampante laser vuole dire essenzialmente alzare il livello qualitativo dell' immagine della propria azienda limitandone i costi.

Innanzitutto non si e' piu' costretti ad acquistare molteplici stampanti di alta qualita'. Inoltre mediante <I3Net> e' possibile gestire le priorita' di invio anche delle stampe sulla laser di rete eliminando cosi' quel fastidioso "collo di bottiglia" rappresentato dal tempo perso in attesa che la stampante produca documenti non particolarmente urgenti.

<I3Net> e' stato naturalmente inserito nella configurazione massima di <IASSICUR>, la "multiutente integrata".

Con le parole "installazione multiutente integrata" si intende quel particolare tipo di configurazione che e' in grado di far dialogare fra loro applicativi molto diversi come ad esempio: <IASSICUR>, Excel, Winword ed <I3Net>.

Come gia' detto nei numeri precedenti <IASSICUR> si sta evolvendo in questo senso.

Infatti oggi e' in grado, attraverso un semplice verbo, "Write", di dialogare con Windows passando i propri dati in questo ambiente operativo per essere poi rielaborati, per esempio, dal foglio elettronico Excel.

Oggi <IASSICUR> invia tutta la sua corrispondenza automatica (avvisi di scadenza, solleciti di pagamento, mailing etc...) alla stampante per essere poi inviati manualmente per posta dall' uomo.

Domani tutte le emissioni di comunicazioni (automatiche e non) potranno essere inviate via telefax o sulla stampante laser di rete.

Ancora una volta quindi gli sforzi del nostro laboratorio di ricerca, indirizzati principalmente allo studio ed alla conseguente automatizzazione di qualsiasi attivita' umana, si sono tradotti in un sensibile miglioramento dei nostri prodotti.

Esigenze di mercato, ricerca teorica ed applicazioni pratiche: solo cosi' e' possibile ottimizzare costantemente la qualita' del lavoro, allargare la propria quota di mercato e, perche' no, divertirsi.

il Giornale dei Brokers

pagina III di IV

LA MUSICA SIMBOLICA

La musica ha sempre svolto un compito molto importante nella storia della umanità. Fin dai tempi più antichi la musica accompagna l'intera esistenza di un individuo fino a diventarne parte integrante.

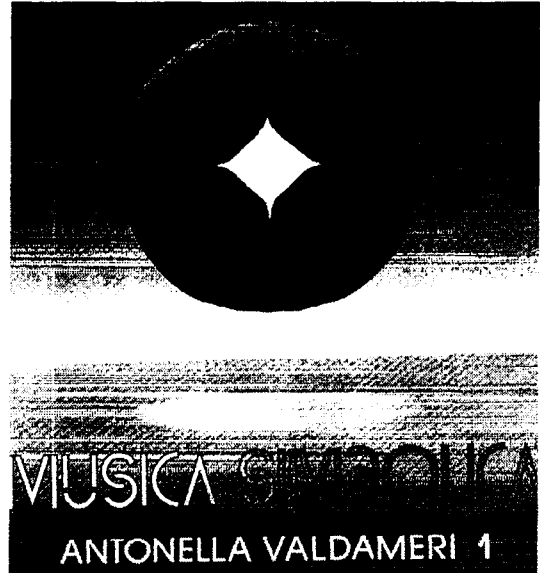
Inoltre ogni periodo storico ed ogni civiltà sono rappresentati dai loro generi musicali ben distinti. La nostra civiltà sta vivendo un periodo di transizione e quindi anche la musica riflette questo stato di attesa. La spinta innovativa del rock sta per esaurirsi, cosa ascolteremo nel prossimo decennio ?

Forse pochi sanno che il nostro laboratorio di ricerca è molto attivo anche in campo musicale. Psicologia, musica e software sono discipline molto vicine tra di loro. Spesso le migliori idee nascono dalla integrazione delle opinioni e del lavoro dei vari specialisti di settore.

In fondo tutte e tre le discipline utilizzano "simboli". Vi sono simboli figurativi, matematici, logici, emotivi ed, ovviamente, sonori.

Lo sviluppo di ciò in campo musicale emerso dai nostri studi di ricerca è stato quello di "astrarre le leggi musicali" ed abbinarle alle "esigenze mentali". In altre parole abbiamo analizzato che cosa l'orecchio umano è in grado di sentire e soprattutto che cosa regola la "necessità" di ascoltare una particolare successione di note piuttosto che un'altra.

In questi giorni esce sul mercato il primo prodotto musicale concepito nel nostro laboratorio. Porta la firma di **Antonella Valdameri** responsabile del settore nonché ideatrice di questo nuovo genere di musica da lei stesso definita **Musica Simbolica**.



La copertina del disco.

Riportiamo ora una breve parte dell'intervento dell'artista ad una conferenza di presentazione del disco parzialmente riadattata per l'occasione.

.....

Se mi è concessa l'analogia in fondo anche la tastiera del vostro computer è un "pavimento" sul quale si svolge un gioco simbolico, rituale, economico ed organizzativo.

Immaginiamo che <IASSICUR> sia la mente da cui vengono date le leggi per gestire la dinamica del vostro lavoro. Appoggiare le mani su di essa significa cominciare ogni giorno a percorrere la via della routine giornaliera ma anche della conoscenza e, perché no, della creatività'.

Più il vostro programma è a conoscenza di leggi e più siete i migliori creativi, quindi vendete più polizze di altri e vi sentite felici.

il Giornale dei Brokers

pagina IV di IV

Piu' si e' a conoscenza delle leggi della "professione" e piu' e' possibile tradurle in simboli. E cosi' come voi utilizzate la tastiera del computer in altrettanto modo si puo' utilizzare quella "sonora".

Conoscere le leggi musicali incrociandole con quelle naturali permette di percepire che tutto e' suono, vibrazione, energia.

Prendendo spunto dai titoli dei brani del disco possiamo dire che l'ascoltatore puo' essere accompagnato in un universo simbolico partendo da un "Ghiacciaio", passando da una "Danza a Tre Dimensioni" per finire all'interno delle "Emozioni della Mente".

Ogni livello evolutivo corrisponde ad una sonorita' che unite tra loro formano "quadri ambientali" dove si ascoltano le sfumature di esso, oppure "quadri mentali" dove la rappresentazione e' piu' astratta.

L'ascolto puo' essere attivo o passivo. Nel primo caso aiuta la concentrazione mentre nel secondo favorisce il rilassamento mentale.

Oggi gli scienziati lavorano sulle leggi della genetica. Le combinazioni sono infinite ed e' possibile creare forme di vita strutturalmente simili, ma geneticamente diverse.

Esperti di intelligenza artificiale lavorano sulle leggi per ampliare la conoscenza mediante l'uso degli elaboratori in modo tale da simulare il cervello ed i suoi processi cognitivi e decisionali.

Nella grande simbologia che contiene tutte la leggi che regolano la vita non dobbiamo scordarci delle leggi del suono che regolano il funzionamento del nostro corpo e della nostra mente.

.....

Quindi tra poco avrete l'opportunita' di ascoltare questo nuovo tipo di musica che in parte alcuni di voi hanno gia' avuto occasione di ascoltare durante il "Congresso Aiba" di aprile in cui c'era una parte dedicata alla "Computer Art". In quel caso l'effetto sonoro era abbinato a programmi di grafica.

Dalle indagini di mercato preliminari al lancio del disco sono emersi dei dati incredibilmente positivi. Questo nuovo genere musicale era "atteso" da molta gente e nella maggior parte dei casi produce "forti emozioni" nell'ascoltatore. Nei prossimi mesi vi terremo informati sul "gradimento" del mercato in generale.

Il disco (in versione Tape e CD) verra' distribuito insieme ad un poster raffigurante l'immagine riprodotta in copertina. Ovviamente anche l'aspetto di comunicazione nasce all'interno della nostra azienda sotto la supervisione dell'"art" Franco Storti.

I nostri clienti riceveranno il disco **Antonella Valdameri -1-, Musica Simbolica** con relativo poster come "regalo natalizio". Gli altri, nel caso fossero interessati, lo potranno trovare nei principali negozi di dischi o possono richiederlo direttamente tramite fax.



INTELLIGENZA ARTIFICIALE APPLICATA

DIAGRAMMA

numero fax 039-639219

il Giornale dei Brokers

fax fogli periodici di riflessione ed informazione - Diagramma, Intelligenza Artificiale Applicata

DICEMBRE 1990:

Redazionale:

**REGINE, ALFIERI, PEDONI E BROKERS:
IL GIOCO DEGLI SCACCHI**

Gestione Aziendale:

L' IMPORTANZA DEL COLORE

REGINE, ALFIERI, PEDONI E BROKERS: IL GIOCO DEGLI SCACCHI

Sulla grande scacchiera del mercato e' facilmente visibile tutti i giorni l' affollarsi di aziende, di prodotti, di formule, di uomini che lottano per difendersi o per vincere. Ed i relativi interessi.

Anzitutto sono presenti le emozioni, le tensioni, le soddisfazioni e delusioni che normalmente influiscono, ed a volte in modo determinante, sui comportamenti. E' un tema che varra' la pena di approfondire perche' in esso risiede la forza della simpatia, della capacita' di convincimento o coinvolgimento; ma anche la debolezza della stanchezza, della disaffezione, dell'abbandono, dell'abitudine, della routine. Della rinuncia alla creativita' ed allo slancio.

Poi sono presenti le menti. Direttamente o indirettamente in ogni attivita' vi e' lo scontro di due menti. Ogni broker, ne sia conscio o no, quando e' impegnato nel suo lavoro, si comporta come se giocasse una partita a scacchi: tutti i giorni, tutto il giorno, in tante, impegnative partite.

Sono dunque due logiche, due formule, due personalita' che vogliono affermarsi o difendersi, evidenziarsi o scrutare i pericoli

nascosti in ogni situazione, in ogni offerta - al di la' degli apparenti benefici - in ogni tattica concorrenziale. Sono sempre una lotta.

In ogni partita a scacchi qualsiasi giocatore ha e deve avere un primo obiettivo ben preciso: vincere. Superare l'avversario, costringerlo alla resa, renderlo inoffensivo, insomma dare scacco matto e magari costringerlo a far parte del proprio "plotone" nelle partite successive.

L' avversario puo' essere un cliente, una organizzazione, una formula piu' favorevole, una situazione contrattuale difficile o limitativa; comunque un problema da risolvere.

Qualsiasi circostanza, astratta, materiale o umana contro cui combattere e' una partita per cui tentare di dare scacco matto. Ma quali sono i fattori ?

Ecco che sulla scacchiera appaiono, a questo punto, come per incanto "le leggi". Non solo le leggi giuridiche ma anche le leggi di mercato, economiche o di etica, quelle della comunicazione e dell' immagine, della pubblicita', dei rapporti umani (interni ed esterni all'ufficio), della cultura.

Tutte queste leggi sono presenti sulla scacchiera e fanno parte della partita. Non bisogna mai dimenticarlo.

Ora vediamo "i giocatori". Essi devono senz' altro conoscere "le regole" del gioco. Ma ogni giocatore deve anche essere esperto di "strategia": del gioco aziendale e di prodotto, di prezzo e di presentazione, di marketing e di comunicazione. Cose che si fanno tutti i giorni, certo, ma che forse vale la pena ogni tanto di ricordare, di razionalizzare, di approfondire, di non dare per scontate.

il Giornale dei Brokers

pagina II di IV

Ogni strategia, d' altra parte, vuole "tattiche" adeguate per essere realizzata, diverse per ogni livello e spesso dissimili in relazione alle circostanze che possono essere nuove o imprevedibili.

Le circostanze sono "il campo" del gioco. Sul quel terreno si scontrano le tattiche e le strategie, agiscono le leggi, si confrontano le regole e la loro osservanza o meno, appaiono gli avversari, gli interessi.

Lo studio del campo, le posizioni migliori, i tempi piu' opportuni, le velocita' e le pressioni psicologiche, la valutazione delle forze - proprie e dell'avversario - per organizzare gli attacchi e le corrispondenti difese - e' necessario, e' comunque opportuno: e' l' attivita' di ogni giocatore. Gli errori si pagano, le scelte giuste sono remunerative, le disattenzioni possono costare care come le sotto o sopravvalutazioni.

Infine "l' esercito". I compiti, le possibilita' ed i limiti, le caratteristiche da usare o evitare dei vari pezzi e reparti devono far parte della programmazione, del continuo controllo e della eventuale periodica revisione del proprio esercito per non giocare una partita con pezzi inadeguati ai compiti, o tralasciare le possibilita' che ogni pezzo ha implicate nel suo ruolo o personalita'.

In questo disegno ogni pezzo, compreso il giocatore, deve svolgere nel modo migliore il suo compito finalizzandolo all' unico vero obiettivo: la sconfitta dell'avversario: o meglio, la vittoria.

Perche' sul campo spesso ci si concentra sulle proprie forze, sulle tattiche e strumenti e ci si dimentica l' altro polo fondamentale: "l' avversario".

Non solo le sue corrispondenti strategie, tattiche e forze, ma anche, e diremmo soprattutto, le modifiche che egli predispone, ai suoi precedenti disegni, per meglio adeguarli ai nostri attacchi e ai nostri tentativi di difesa.

Certo, i fattori sono tanti da considerare, e le possibilita' innumerevoli. Ma i giocatori migliori sono allenati, dalle difficolta' di tutti i giorni, alla velocita' di giudizio, alla molteplicita' di coefficienti da aggregare, da scartare, da valutare e da scegliere. Sono allenati alla logica stringente ma anche all' intuizione di quanto e' difficilmente quantificabile, o che sfugge, o che deve essere previsto nonostante i dati non sufficienti.

Questa e' la partita. Allora si vedono leggi e regole, psicologie ed esercizi, formule, uomini e menti che si muovono, si fronteggiano, si combattono per vincere o resistere; si possono allora soppesare disegni strategici, si possono apprendere esperienze che altri hanno giocato e vissuto, nei loro pregi ed errori.

Cosi' il giocatore apprende, e si allena alla scienza della "previsione", della pianificazione. Ed in fondo si diverte a giocare.

Egli apprezza i benefici e soffre per le perdite delle varie partite ma, in fondo, c' e' il sottile gusto della bellezza di giocare per giocare, di vincere per il piacere di vincere.

E in questo gioco appaiono i due tipi fondamentali di giocatori: i forti ed i sottili, i prevedibili e quelli che usano logiche differenti: psicologicamente, le menti maschili e quelle femminili. E spesso queste ultime, anche se piu' rare, sono le piu' temibili.

Come le regine ...

il Giornale dei Brokers

pagina III di IV

L' IMPORTANZA DEL COLORE

Tutti siamo consapevoli di come il nostro umore cambi continuamente e come esso influisca non solo nei rapporti con noi stessi e con gli altri ma anche sul nostro modo di lavorare.

L' umore e' influenzato spesso da fattori di salute, da circostanze fortuite (il sonno) e da fattori esterni (qualche notizia positiva o sgradevole, buoni o cattivi rapporti personali intervenuti).

Anche il tempo atmosferico puo' determinare, in misura piu' o meno accentuata e secondo la sensibilita' di ognuno, dei mutamenti psicologici molto netti.

Si pensi al cambiamento di umore che interviene improvviso dopo un periodo di pioggia e nebbia, quando finalmente sorge il sole e la giornata diventa luminosa dopo tanto grigiore. La liberazione e l' allegria sembrano irrompere in noi dopo un latente senso di frustrazione.

Riflettendo sul perche' di tali fenomeni si affaccia una considerazione generale: la nostra psicologia e' condizionata anche dalla luminosit  esterna a noi.

Il colore grigio della giornata nebbiosa e la luminosit  chiara della luce solare sono due situazioni antagoniste che determinano due situazioni psicologiche opposte: tristezza e gioia.

Esse comportano conseguenze pratiche, nella attivita' lavorativa, ormai ben note alla psicologia del lavoro.

Alla tristezza si accompagna apatia, rallentamento dell' impegno e del rendimento,

rapporti personali svogliati, minor gentilezza spontanea. Minor qualita' del lavoro.

Mentre alla gioia consegue naturalmente la voglia di esprimerla, di agire, l' entusiasmo, maggior energia e desiderio di usarla, disponibilita' ai rapporti personali. Maggior qualita'.

A cio' deve aggiungersi che la civilt  moderna ha introdotto due fattori particolari nella vita di tutti i giorni che possono, opportunamente controllati, incidere su tale situazione.

La luce artificiale. Essa ha modificato il naturale scorrere della vita tra giorno e notte e tra sole e nuvole, inserendo una variabile: il controllo del ritmo di luminosit  e buio secondo la volonta' umana.

I colori artificiali. Il ciclo dei colori naturali - verde e colori chiari d'estate e nero e marroni scuri d' inverno - ha subito un cambiamento radicale con i colori chimici. Essi hanno fatto fiorire una fantasmagoria cromatica, piu' o meno accentuata, in tutti i giorni della vita distaccando apparentemente l' essere umano dai cicli delle stagioni.

Se si uniscono a quanto detto gli effetti dei diversi ritmi indotti dai cicli lavorativi della civilt  si ha un quadro chiaro delle circostanze esterne che influiscono sulla psicologia lavorativa e degli effetti che esse possono piu' o meno produrre.

Il primo periodo della informazione e comunicazione e' chiaramente bianco e nero. Solo recentemente, nel corso di questo secolo, e' iniziato il secondo periodo.

L'introduzione di tecnologie avanzate ha poi consentito la disponibilita' di massa del

il Giornale dei Brokers

pagina IV di IV

colore: la stampa. Ma poi anche la fotografia, il cinema, la televisione.

Il bisogno di avvicinare le informazioni alla realta', che e' colorata, ha comportato una esplosione di prodotti colorati.

Se ne e' impossessata la pubblicita', il marketing, ed in via piu' larga la scienza delle comunicazioni, i media, riconoscendo al colore un potente impatto psicologico ed i benefici economici che cio' comporta.

Poi sono intervenuti i computer.

L' informazione, e la conseguente attivita' lavorativa, dalla carta sta passando sempre piu' al video: il nuovo "compagno" di lavoro.

Oggi il mondo colorato - dei software evoluti, dei personal potenti e dei video a colore - e' strettamente connesso ad una spirale tecnologica, chiaramente evolutiva, legata agli sviluppi di prezzi e prestazioni.

Il colore si affaccia con decisione non piu' solo nel mondo della grafica ma anche in quello operativo in senso lato e specificatamente gestionale.

Se si collegano questi concetti a quanto detto all' inizio circa l' impatto del colore sulla psicologia lavorativa e sui relativi benefici, si deduce facilmente che il primo periodo della carta e dell' informatica e' in qualche modo corrispondente alla tristezza del cielo nebbioso.

Se ne deduce allora che il secondo periodo del colore, per la stampa e l' informatica, sara' probabilmente in relazione con l' allegria e la maggior produttivita' che derivano dal cielo luminoso e dalla natura piena di colori.

In pratica, il colore sta diventando - in una civiltà sempre più postindustriale quale è la nostra - non solo abbellimento ma necessità, esigenza, standard minimo. Come nella casa, nella pubblicità che ci circonda, nei vestiti, nei prodotti di tutti i giorni.

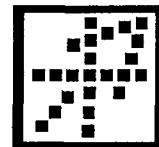
Ecco perché Diagramma ha inserito il colore ed una sua semplice simbologia, strettamente operativa, in <IASSICUR> sotto Windows ed in <I3Net> .

Il colore si lega al giorno della settimana accompagnando l' utente in un piccolo percorso "cromatico". Ogni giorno ha il suo colore corrispondente.

Ovviamente la sequenza dei sette colori non e' casuale ma risponde ad una legge psicologica e matematica ben precisa.

il Giornale dei Brokers

Augura Buon Natale e Felice 1991 !!!



INTELLIGENZA ARTIFICIALE APPLICATA

DIAGRAMMA

numero fax 039-639219